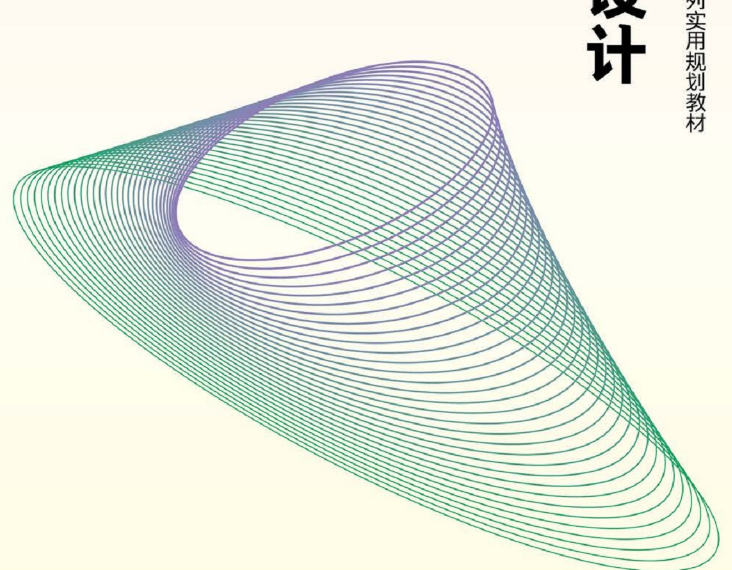
「十三五」普通高等教育规划教材
21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材

服装创意设计

FUZHUANG CHUANGYI SHEJI

陈莹　丁瑛　王晓娟　编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

说 明

本书电子版仅提供给高校任课教师使用，如有任课教师需要全本教材浏览或需要本书课件等相关教学资料，请联系北京大学出版社客服，微信手机同号：15600139606，扫下面二维码可直接联系。

由于教材版权所限，仅限任课教师索取，谢谢！



21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材

服装创意设计

陈 莹 丁 瑛 王晓娟 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书为编者20余年教学工作的经验总结。本书表述了服装创意设计的基本概念和分类，从服装创意设计基础理论、成衣类服装创意设计、艺术表演类服装创意设计、流行趋势主题表现类服装创意设计、服装创意设计灵感的捕捉，以及服装创意设计的能力培养几大块内容进行了较为广泛而深入的阐述。本书与以往出版的该课程教材相比，更突出对学生从事服装设计的创新精神和创造能力的培养，同时也更符合知识经济时代对服装设计人才提出的新要求。

本书可作为高等院校服装艺术设计、服装设计与工程等专业的“服装设计”类课程教材，也可作为广大从事服装设计和相关领域工作人员及服装设计爱好者的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

服装创意设计/陈莹，丁瑛，王晓娟编著．—北京：北京大学出版社，2012.10
(21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材)
ISBN 978-7-301-16791-5

I. ①服… Ⅱ.①陈…②丁…③王… Ⅲ.①服装设计—高等学校—教材 Ⅳ.①TS941.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第205531号

书　　名：服装创意设计
著作责任者：陈　莹　丁　瑛　王晓娟　编著
策划编辑：孙　明
责任编辑：孙　明
标准书号：ISBN 978-7-301-16791-5/J · 0458
出 版 者：北京大学出版社
地　　址：北京市海淀区成府路 205 号　100871
网　　址：http://www.pup.cn　http://www.pup6.cn
电　　话：邮购部 62752015　发行部 62750672　编辑部 62750667　出版部 62754962
电子邮箱：pup_6@163.com
印 刷 者：
发 行 者：北京大学出版社
经 销 者：新华书店
787mm × 1092mm　16 开本　12.5 印张　288 千字
2012 年 10 月第 1 版　2012 年 10 月第 1 次印刷
定　　价：56.00 元

目　录


服
装
创
意
设
计

第一章　概　论

【教学目标】

通过本章的学习，使学生明确学习方向，建立起对学习该课程的兴趣；调动起学生学习的积极性，为接下来的学习打下思想认识上的基础，做好各方面的准备。

【教学要求】

(1) 了解服装创意设计所涉及的内容。
(2) 增强对所涉及的基本概念和知识总体的认识。
(3) 明确该课程学习的重要性。

【知识要点】

(1) 有关服装创意设计的基本内容和概念。
(2) 服装创意设计的历史发展轨迹。

服装创意设计在当今创意经济时代到来的同时被响亮地提出来，受到了人们的广泛关注。它已成为服装企业、服装品牌赢得消费者，以及在激烈的市场竞争中取胜，从而实现服装产品最大化附加价值的重要法宝；也成为衡量服装设计师才能、潜力的主要观察点；向更大的层面上看，更是成为创造流行，引领世界时装潮流的关键因素。在此背景之下，“服装创意设计”课程自然纳入到了创新性服装设计人才培养计划之中。

以往出版的教材和专业图书大多都是关于服装设计(学)方面的，其中对服装创意设计的内容有所涉及，但往往一带而过，不能满足时代的要求，不能满足当今人们对服装创意设计从理论到实践规律与方法掌握的需要。在本章中，将对服装创意设计研究的基本内容、基本概念、基本类型、主要表现方式与特点、本书的撰写特点等进行综合性概述。

一、服装创意设计研究的基本内容

服装创意设计与服装设计学相比，它主要讨论的是：服装设计的创新理念、创造性设计思维、创新灵感的捕捉、创新意念、意味的表达、实现创新作品的方法及服装创新设计的要点等。而服装设计学则比较偏重于对服装设计的基本知识、基本概念、基本原理、基本方法等的探讨，前者对创造性的指向性更鲜明、更强；后者所指的范围比较宽泛和基础。

1. 服装设计的创新理念

服装创意设计可以表现为多种多样的形式和无穷的变化，然而这些看似无疆界的创意，却受到服装设计创新理念的影响和牵引，换句话说就是：服装创意设计很大程度上取决于服装设计的创新理念。例如，20世纪70年代末80年代初，出现了一大批具有“反时尚”外观的服装创意设计，影响了整个世界时装的流行与发展。这一切来自于以三宅一生(Issey Miyake)、川久保玲(Comme des Garcons)、山本耀司(Yohji Yamamoto)等设计师为代表的日本设计师群体，其带有颠覆性的时尚创新设计理念——挖掘东方服饰文化的精神内涵，以其内敛、自然、返璞归真的服饰语言诠释新的时尚。他们触摸到了时代变化的脉搏和新一代消费者的心声，打破了长久以来欧洲传统服饰风格的垄断，颠覆了西方惯用的黄金分割比例(1∶1.618)等经典美的造型模式，而通常用一些比较没有结构性的、松垮的、斜肩的、披挂缠绕等样式，大胆发展日本传统服饰文化的精华，形成一种反时尚(Anti-fashion)风格，如图1-12所示。这种与西方主流背道而驰的新的着装理念，不但在时装界站稳了脚跟，还反过来影响了西方的设计师，并在此过程中确立了日本第五个世界时装中心

的地位。美的概念外延被扩展开来，质材肌理之美战胜了统治时装界多年的装饰之美。

服装设计的创新理念是建立在对时代发展脉搏的准确把握，对服饰文化本质充分的理解，对服装发展趋势敏锐洞察和认识基础上的。因此它具有高瞻远瞩、审时度势、创新思想观念、引领设计方向的特点。直接引发形成的是原创的和概念性的设计作品。所以，服饰产品创新的核心，应该是设计理念的创新。

2. 服装创造性设计思维

创造性设计思维是从事服装创意设计要重点研究的内容之一，包括对创造性设计思维的类型、特征、方式、规律的探讨；如何结合服装的特点训练设计者的创造性思维能力，提高服装创新设计水平；如何灵活运用创造性设计思维指导服装创意设计实践，等等。应该说拥有良好的创造性设计思维能力是从事服装创意设计活动的保障。典型的创造性设计思维有“同构式”设计思维、“逆向式”设计思维、“发散式”设计思维、“收敛式”设计思维、“虚拟式”设计思维、“柔性化”设计思维、“情感化”设计思维等，本书中对此有专门的章节加以较为深入的表述。

3. 服装创新设计灵感的捕捉

如果说对创造性设计思维的研究主要解决服装创意设计的思维方式的问题，更注重对服装设计师在创意思维方法上的引导；那么，对创新设计灵感捕捉问题的研究则主要体现在对服装设计灵感阐发的渠道、规律和方法的探索上，更关注有效获取服装创新设计灵感的方法、过程与结果。虽然灵感是一种客观存在的东西，但它漂浮不定，其显现与捕捉的过程带有许多偶然和不可思议的成分，所以，它总是以披着神秘面纱的形象出现在人们的眼前。不过，积累、养性、思考、探索是灵感阐发不可缺少的过程和前提，而且阐发的途径和规律也是可循的。在创造新市场及新文化创意产业领域享有国际盛誉的台湾学者赖声川先生在他的著作《赖声川的创意学》中谈到：“创意是神秘而复杂的，但神秘而复杂并不表示不能学。关键在于我们是否真正了解创意过程中到底发生什么事？从这一点出发，就有机会剖析并学习创意。”本书除了在专门章节有理论性的论述之外，还列举了丰富的服装创新设计灵感捕捉的案例，给人们以颇具参考价值的启迪。

4. 服装创新设计意念和创意作品的表达

前面提到的服装创新设计理念与此处所论及的意念大体相同，但略有区别：前者更多地发生在人们的思想认识层面，含有更多的对服装创意设计本质意义的把握；后者则侧重



于将创新设计理念转化为设计灵感和创意设计实践的心理倾向，较之前者增加了对具体服装创意设计的指向。毫无疑问，服装创新设计意念是创意作品的灵魂，但并不是有了意念就一定能出好的创意作品，如何将创新设计的意念和灵感转化为成功的创新设计作品，其中存在着许多值得研究探索的东西，这部分内容也十分重要。以北京奥运会“青花瓷”颁奖礼服创意设计为例：当形成了“青花瓷”创意设计意念之后，大体的设计格调、色彩、图案随之逐渐明朗。接下来的大量工作包括设计怎样的款式；选用怎样的面料、工艺、装饰细节；怎样将传统青花瓷设计元素与时代感融合，与国际体育盛会结合，与服装特点复合，与大众审美倾向符合……这一切都需要十分缜密的思考、反复的推敲；需要具备良好的设计思维能力、设计表达能力、专业基础功力。此部分内容在本书的第五章“服装创意设计能力的培养”中有重点论述，也在各章节有所涉及。

5. 服装创意设计的要点

对服装创意设计要点的探讨包括两个层面的内容：首先，作为服装创意设计整体概念的角度来进行，探讨服装创意设计总体的、基本的设计规律、方法与要点；其次，从服装创意设计类型的角度来进行。服装创意设计根据不同的服装种类而分为不同的类型(颠覆型、推陈出新型、功能创新型等)，而各种类型的创意设计所关注的要点、所采取的方法及所表达的方式都是不同的，因此有必要深入到各种类型层面中去。探讨服装创意设计的规律与设计要点，其目的就是要以此来指导和把握设计实践，本书在此方面有比较详细的陈述，为学习者提供了重要的创意设计思路，同时也能让学习者在头脑中对应该避免出现的问题有明确的认识。

二、有关服装创意设计的基本概念

1. 创意

创意是神秘的。古往今来，学者们对创意的认识不同，所作的定义也各不相同，美国著名心理学家斯滕博格(RobertJ.Sternberg)教授认为：创意是生产作品的能力，这些作品既新颖(也就是具有原创性，是不可预期的)，又恰当(也就是符合用途，适合目标所给予的限制)。建筑学者库地奇(John Kurdich)认为：创意是一种挣扎，寻求并解放我们的内在。台北艺术大学教授赖声川先生认为：创意是看到新的可能，再将这些可能性组合成作品的过程。这些定义都说明了创意包含两个主要的面向，即“构想”面向与“执行”面向。

对创意的认识各有不同，综合多种解释，可以得出这样的定义：创意是指具有创造性的意念，它不是重复一些安全的选择，而是创新，具有原创性特征；同时创意又适合目标所给予的限制，具有可执行性特征。

2. 设计

从词源学的角度考察，“设”意味着“创造”，“计”意味着“安排”。英语Design的基本词义是“图案”、“花样”、“企图”、“构思”、“谋划”等。由此而得出设计的基本概念是“人为了实现意图的创造性活动”，它有两个基本要素：一是人的目的性，二是活动的创造性。

设计有广义和狭义之分。广义的设计认为只要是人的有目的的活动都叫设计。按照这种说法，原始人类打制石器、切削树木是设计；家庭主妇计划晚餐的菜谱、整理房间是设计；小学生挑选玩具、做作业也是设计……这种设计的定义涵盖了人们生活的方方面面，设计成为人的基本活动。狭义的设计认为只有职业化的设计人员所从事的创造性的活动才叫设计，如工程师、建筑师、产品设计师、服装设计师、发型设计师、包装设计师等。这种设计的定义强调设计是一种专业化的活动，并且都有“可见”的物质成果。

3. 创意设计

创意设计是指将创造性的意念通过一定的创造性活动加以表现和实施。从字面上可以理解为带有创造性特征的意念、意思、意味、意义的设计；从现代设计的角度来看又可以理解为：一切对现实有所突破的设计，有所创新的设计均属于创意设计。创意设计属于创新设计的范畴，但它的指向性更加明确，更加注重的是对创造性的理念和意味的表达，为设计注入灵魂与活力。

4. 服装创意设计

服装创意设计即是以服装为载体的创意设计，也可理解为带有创造性意念、意味的服装设计，往往是通过“讲故事”的方式营造一种令人向往的崭新的生活方式或生活形态，以此打动服装消费者的心，引起他们想要拥有的欲望。“讲故事式”和“体验式设计”之类的术语，足以证明“意味”已变成商品所附加的有价值的资产。

谈到服装创意设计，容易使人想到那些具有视觉冲击力的、原创性强的艺术类表演性服装设计，而不把那些较为生活化的，人们平常穿用的服装设计纳入到服装创意设计的范畴之中。形成这样的认识有一定的道理，因为“原创性”的确是衡量创意设计的特征标



准，那些颇为艺术化的服装设计，容易使人体会到创意的感觉，但是创意的概念是广泛和不分高低的，它既体现在艺术化表演性的服装设计上，又包含在实用的成衣设计中，只是在服装设计原创性的程度上和表现方式上有所差异。

三、服装类型与创意设计

服装由于消费对象、穿着场合、服用功能等的不同而被划分为多种类型。除了基本服饰品类等的划分之外，按照服装的艺术性和实用性特征可将服装划分为艺术化表演性服装和实用性服装两大类；依据服用对象和服饰品质划分的话，又可分为高级时装、高级成衣和普通成衣(本书主要针对于此进行讨论)。不论从事哪一种类型的服装设计，都涵盖有创意设计的成分，只不过是涵盖部分的多少，原创性程度的不同而已。

1. 高级时装与创意设计

相比较而言，高级时装一般出自世界著名设计师之手，其中有相当一部分作品具有很强的艺术化表演性特征，原创性高，能起到引领国际时尚潮流的作用。当然，在高级时装中也有小部分属于完美传统经典类型的，其创意性不强。

2. 普通成衣与创意设计

而对于普通成衣来说，实用性为其主要特征，设计多以成衣设计的语言和定位转换高级时装的创意理念，从这个角度看，原创性不强。普通成衣设计的变化主要体现在服装的重点部位或细节部位，注重对服装穿着功能性的研究、对时尚流行趋势的研究、对穿着者审美与消费价值取向心理研究和对现有服装某方面的改进，创意性主要体现在对小情趣的捕捉和意味的表现上。

3. 高级成衣与创意设计

介于高级时装与普通成衣之间的高级成衣，其设计的原创性也比较高，主要原因在于：占主流地位的世界高级成衣品牌大多作为世界著名服装设计师的二线品牌形式出现，服装创意设计的概念与高级时装几乎是同时同样出自这些有影响力的精英设计师之手，或出自具有充分实力的优秀设计师之手。但高级成衣毕竟归结于成衣这一大的范畴之中，故相对于高级时装而言，它的创意设计更体现适合目标所给予的限制，具有可执行性特征。

可见，各种类型的服装设计都具有创造性特质和创造性活动的特征，但它们的服装创意设计在原创性的程度上有所区别，在原创性的表现方式上各具特点。对此做进一步探讨，将服装创意设计的主要表现方式归纳为“颠覆性”、“推陈出新型”和“功能创新型”。

四、服装创意设计的主要表现方式与特点

1. 颠覆性服装创意设计

颠覆性服装创意设计顾名思义是指那些与传统、与常规、与主流相悖的服装创意设计。此种创意主要着眼于服装的跨越发展和对流行趋势的驾驭，创新于设计理念，挑战于司空见惯的事物，构建新的貌似美妙的、代表时代发展的审美情趣，感化于消费者的内心世界，引起革命性的变更，继而取代上升为主流、主体的位置。20世纪60年代兴起的“反传统时装”——“迷你裙”、“金属服”、“比基尼”等彻底告别了传统的以成熟老练的、矫揉造作的贵族妇女形象为美的时代；70年代末由日本设计师群体推出的“反时尚时装”(Anti-fashion)——无结构的、披挂式、缠绕式时装，“补丁装”、“乞丐装”等，完全颠覆了一直占有时尚主流统治地位的欧洲时尚风貌；80年代“内衣外穿”、“性别转换”的时装创意设计，全面打破了长期形成的固有着装方式的概念；90年代兴起并持续到21世纪的生态环保理念下的“极简主义”、“解构主义”、“波西米亚风格”、“混搭风格”时装创意设计，猛烈地冲击着以往人们对时装的审美判断和价值判断；当今处于知识经济、信息时代、全球一体化背景下，高科技的注入，使时装创意设计以前所未有的关注度挖掘人的内在欲望和需求，进行“情感化设计”、“体验式设计”、“沟通式设计”、“快速时尚设计”、“功能性设计”，这带来的不仅是服饰表面形式上的变化，更重要的是时尚生活方式与消费行为方式的革命。

颠覆性服装创意设计往往出于具有敏锐洞察能力，非凡创造才华和能够驾驭、引领时尚潮流的设计师之手。原“迪奥”品牌的设计总监约翰·嘎里阿诺就是一位这样杰出的设计大师，他以极致的繁复华丽、脱轨的放浪骇俗、冲突矛盾的创作，叹为观止的演出，挑战经典传统，颠覆了“迪奥”品牌所确立的一贯高级、精致、优雅的形象，使这个品牌在新时代焕发出了旺盛的活力，继续前行在世界时尚潮流的风口浪尖上。在美国设计界享有“趋势猎人”的马特·马图斯(Matt Mattus)在他的著作《设计趋势之上》中指出：“世界



上最著名的、最富创造力的设计界领袖们有着某些共同特征：他们总是追求原创性设计；他们总是尊敬那些有真才实学的人；他们总是不懈地追求完美，而自觉前行。”“真正的创新，要求那些卓有远见的设计者们，观察文化并对其影响加以整合，创造出超越流行的趋势，具有非凡文化意义的原创作品。”

颠覆性的服装创意设计看似荒诞，标新立异，但它不是设计师凭空捏造出来的设计，而是以时代、社会、政治、经济、文化、科技的进步为基础，那些创造世界时尚潮流的设计师正是独具慧眼，发挥了非凡的创造才能，将孕育在火山内部的岩浆以独特的方式引爆出来。

2. 推陈出新型服装创意设计

如果说颠覆性服装创意设计只局限于少数设计精英范畴的话，那么推陈出新型服装创意设计则具有广泛的普及性，它使时尚潮流得以绵延流长，是推动时装蓬勃发展的动力之源。此类服装创意设计基于对现有服装设计资源的利用与创新，具体又有“复合型创新”和“改进型创新”之分。前者比后者创意性程度更强。

有学者将“复合型创新”用“黄+蓝=绿”的公式来表达，绿色是黄色与蓝色混合后形成的新的色彩，它既有黄的成分，又有蓝的成分，但它却非蓝非黄。这个比喻十分形象和恰当。它被广泛地运用到服装创意设计之中，所谓“混搭设计”就是如此。通过对已有服装要素创造性的复合，从而创造出新的方式、新的服装设计要素，服装创意设计的原创性就在不断地复合创新的过程中得以体现。

“改进型创新”是指：“在现有服装产品的基础上进行改进，使其在结构、功能、形式等某个方面具有新的特点，从而使品牌原有的产品焕发出新的活力，满足消费者的新需求，扩大新产品的销售”。虽说改进型创新设计原创性程度不高，但它对服装的发展也是不可或缺的，比较适合普通成衣的创意设计。

3. 功能创新型服装创意设计

着眼于服装各种实用功能的改善与创新是此类型服装创意设计的特点。也许在当今，此类创意设计更多地表现为服装材料、服装舒适性、防护性、保健性等方面高新科技上的创新或创新运用，但高新科技的植入，服装功能性的开发，这些与时尚创意的结合，确确实实给服装领域带来了革命性的变革，带来了创新设计的新空间。例如：利用高新技术创新开发的鲨鱼皮泳装，从功能性研发入手，将减少泳衣水中阻力，提高运动速度的功能推向了极致，通过时尚的前卫艺术化风格的流线型设计，使鲨鱼皮泳装成为新时代的宠儿，这样的例子不胜枚举。

当然，没有高科技的介入，同样从功能创新角度开发服装新产品也是重要的创意设计途径，只是所带来的影响力不如前者罢了。服装的多功能创意设计就是很好的例子。也许有人会说，像“可脱卸”、“可携带”、“一装多种穿法”等这样的多功能服装设计早已司空见惯，在此之上加加减减，这算不上创意设计。但是要看到，一方面，随着时代的发展，生活方式的改变，人们对服装功能性的要求也在不断更新，如今为“电脑一族”设计的USB电手暖、“袖毯”等就是这样在创新功能开发下的服饰产品；另一方面，现代的人性化设计努力在体验和挖掘消费者内心潜在的服用需求，所以创意是无限的。媒体上曾有报道说一种具有“三条腿”的创意裤袜受到女性消费者的青睐，这一功能性奇特的创意设计解决了女性外出，特别是参加重要活动时连裤袜被钩破后的窘迫(平时多余的一条腿卷折后放入上端设计的暗袋中，需要时好坏袜腿对调一下即可)，可见功能型创新设计的魅力。

五、服装创意设计的历史发展轨迹

19世纪中叶，由于英国服装设计师查尔斯·弗雷德里科·沃斯(Charles Frederick Worth)在服装款式设计上的努力探索与尝试，其作品被当时的法国尤金妮(Eugénie de Montijo)皇后所宠赏而成为了法国第一位宫廷服装设计师兼裁剪师。从此，“服装设计”和“服装设计师”的概念进入到人们的头脑，登上了历史的舞台并逐渐深入人心，开创了一个服装设计的崭新时代。在这之前，明确的服装设计概念没有出现，服装款式与制作基本上是以宫廷贵族的喜好，依照传统审美观念和模式，由裁缝师量体裁衣制作完成的。服装设计从明确产生的一开始就彰显出极大的魅力，其魅力一直有增无减，持续到今日。

以沃斯为代表的最初的服装设计师确立了服装设计的重要作用，确立了服装设计师的权威性地位和极高的声望。詹姆斯·莱维尔(James Laver)在《服装简史》一书中有这样的描述：“这位矮小、干瘪、黝黑，带点神经质的人，身穿一件天鹅绒外衣，漫不经心地叼着一根雪茄在接待室里指挥着前来定制服装的贵妇们，‘起步走！转身！好！一周以后再回来这儿，我将为你设计一套适合你的时髦礼服。’不是顾客进行选择，而是设计师决定着一切。”沃斯及其作品如图1-1所示。



(a)



(b)

图1－1　19世纪中叶，开创服装设计新时代的设计师沃斯和他的设计作品

20世纪初，服装设计经过半个世纪的发展，已经出现了创意设计的萌芽，例如：当时具有一定影响力的英国女时装设计师露茜尔(Lucile)开创了为服装设计作品起名字的做法，诸如“生活美酒”(The Wine of Life)、“爱的通道”(Love Will Find out a Way)、“挣脱情感的束缚”(Passion’s Thrall is Over)等，给服装设计注入了带有某种生活情趣的创意成分，有点类似现代服装设计主题表现的形式。引领此时期时装风尚的代表性设计师保罗·波瓦列特(Paul Poiret)，充分感悟到了“新女性”的存在和时代的变迁，率先发起了对传统的、成熟而老练的、矫揉造作的贵妇人理想形象的攻击，使时装首次呈现出年轻化的带有东方清新、自然意味的时代风潮，使服装创意设计改变了长达好几个世纪欧洲妇女穿紧身胸衣加庞大裙撑的服饰形象(虽然此时并没有服装创意设计这一提法)，如图1-2、图1-3所示。



(a)



(b)



图1－2(a)	图1－2(b)	图1－3

图1－2　引导20世纪初服装风貌的设计师波瓦列特和他的服装设计作品

图1－3　20世纪初具有影响力的服装设计师露茜尔和她的服装设计作品

20世纪20~50年代，在服装设计发展史上被称之为“时装设计的黄金时代”。设计师的作用越来越突显，设计师的队伍越来越壮大，设计师的服装设计创造了20年代的“小野禽风貌”；30年代和50年代欧洲女性新的优雅风貌。代表性设计师有香奈儿(Chanel)、夏柏莱丽(Elsa Schiaparelli)、维奥尼特夫人(Vionnet)、迪奥(Dior)、巴朗夏加(Balenciaga)、吉文西(Givenchy)等。服装创意设计的焦点瞄准了服装形式美造型的变化，和切合生活变化的实用性功能，如图1-4~图1-6所示。







图1-4 | 图1-5 | 图1-6

图1-4 20年代的“小野禽风貌”的服饰

图1-5 30年代具有优美线条的“露背式”晚装

图1-6 引导50年代新典雅风貌的设计师迪奥和他的作品

20世纪60年代的服装创意设计从内容到形式上都发生了巨大的转变，在真正意义上步入到了现代时装设计的时代，彻底地告别了传统，抛弃了时装上的典雅和优美，呈现出反叛性、自由化、个性化、年轻化、性感化的特征，以颠覆型的“迷你风貌”、“街头时尚”、标新立异的现代艺术时装为标志。服装创意设计从比较表面的、单纯的、在传统审美观念制约下的，注重对服装本身形式美的设计创新，向离经叛道，多方位的、深入到人们价值观、审美观转变的方向发展。代表性服装设计师有玛丽·奎特(Mary Quant)、帕克·雷班尼(Paco Rabanne)、皮尔·卡丹(Pierre Cardin)、安德烈·柯列杰斯(Andre Courreges)等，如图1-7~图1-9所示。







图1-7 | 图1-8 | 图1-9

图1-7　60年代的“比基尼”

图1-8　60年代的“嬉皮士风貌”

图1-9　60年代 “迷你风貌”的太空服

现代时装设计时代的开启为20世纪后半期服装创意设计的发展铺垫了基调，创意的概念在人们的头脑中越来越清晰，越来越受到关注，发挥出越来越大的威力。值得一提的是70年代末80年代初，以日本时装设计师为代表的群体发起的“反时尚”设计风潮，从根本上撼动了西方服饰经典这棵根深叶茂的大树(前面已提过，这里不再赘述)。代表性时装设计师有三宅一生(Issey Miyake)、川久保玲(Comme des Garcons)、山本耀司(Yohji Yomamoto)、高田贤三(Kanzo)等。80年代的服装创意设计聚焦于人们所崇尚的高品质生活方式，反映出人们热衷于服饰消费，青睐于名牌的服饰观，塑造出了“雅皮士风貌”。代表性时装设计师有克劳德·蒙塔纳(Claude Montana)、乔治·阿玛尼(Giorgio Armani)、姜·弗朗克·费雷(Gianfranco Ferre)、瓦伦蒂诺(Valentino)、卡尔·拉格费尔德(Karl Lagerfeld)等，如图1-10、图1-11所示。



(a)



(b)



图1-10 | 图1-11

图1-10　70年代末80年代初日本设计师开创的“反时尚”服装

图1-11　80年代“雅皮士”时装

20世纪90年代，以让·保罗·戈蒂埃(Jean Paul Gaultier)、维维恩·韦斯特伍德(Vivienne Westwood)、亚历山大·马克奎恩(Alexander Mcqueen)和约翰·加里阿诺(John Galliano)为代表的服装设计师们将反传统的旗帜继续扛了下去，挑战经典美学标准，以游戏的心态，调侃的态度，幽默、诙谐的手法，以非理性、非和谐、非物性，甚至以丑为美，创立了前所未有的艺术形式，如图1-12~图1-14所示。



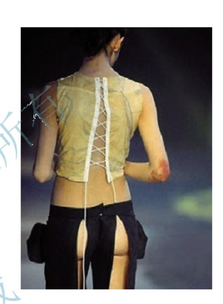


图1-12 | 图1-13 | 图1-14

图1-12 法国著名时装设计师戈蒂埃在20世纪90年代初创作的性感时装，掀起了内衣外穿的时尚风潮

图1-13 英国著名时装设计师约翰·加里阿诺1998年设计的复合式创意设计作品

图1-14 英国著名时装设计师马克·奎恩设计1994年发表的臀部开衩的时装

从整个20世纪下半期服饰发展的状况来看，服装创意设计的指向主要集中在与传统服饰观念决裂，冲破羁绊，营造能够自由彰显个性化风貌的时尚氛围。同时，消费文化兴起，中产阶级队伍的成熟与壮大，对服装创意设计也产生了很大的影响：服装创意设计逐渐从服装的款式外观设计转向对人们生活方式的设计；从面向少数富人阶层服务的高级服装创意设计转向大众化时装创意设计。

伴随着知识经济的到来，“创意设计”的概念被提到前所未有的高度。21世纪，经历了服装创意设计在观念上与传统的分道扬镳及消费经济的热潮，人们逐渐冷静下来思考人类的生存环境问题、生态的观念、绿色环保的意识、返璞归真的心理逐渐转化为新

的服装创意设计理念。与此同时，对人性的颂扬与关注，对人生命的关爱与呵护也成为当代服装设计另一个重要的创新理念，“人性化设计”、“情感化设计”、“体验性设计”、“交互式设计”等应运而生。此外，高科技的迅猛发展对服装创意设计的影响日趋显著，人们以更加前瞻的视野，更加高涨的热情，利用现代高科技手段，表现运动、速度、信息、力量和技术，创造着一个充满迷幻魅力，令人不可思议的未来世界，如图1-15~图1-17所示。





图1-15 | 图1-16
图1-17

图1-15　表达生态环保主题的概念性时装

图1-16　表达浓郁东方情韵的时装

图1-17　耐克公司研发的具有高科技外观和功能性的服装



六、本书撰写特点

本书撰写的主要特点在于：①对“创意设计”的概念进行了界定，从比较科学、全面的角度统一了长期处于模糊不清的看法；②将创意设计与服装紧密结合，进行阐述，从创意大的概念入手，打破了在相当一部分人头脑中形成的创意服装就是艺术类表演性服装，而将创意与实用成衣相分离的倾向；③把服装的创意设计按艺术类表演性服装、高级成衣、普通流行成衣三大类进行划分和阐述，探讨了各大类服装创意设计的特点、规律与要点；④将对学生创造性思维能力、创新能力的培养，贯穿到服装设计系列课程的教学之中，与以往的服装设计教材相比，更突出各类服装设计的创新思维、创新理念、创新方法、创新表现；⑤研究借鉴国际上先进的服装创新设计理念和教学方法，结合当今高科技、信息化特点，拓展学生的视野，提倡项目引入的教学方式，理论联系实际，使之更具前瞻性、科学性、新颖性、可操作性；⑥图文并茂，列举了大量的服装创新设计案例，不仅有国内外服装大师的作品，还有相当一部分是教学案例，出自教师和学生之手，具有很好的直观性、直接性、针对性和参考价值。

思考题与训练

1. 试比较“服装创意设计”与“服装设计学”之间的异同。

2. 判断以下说法是否正确，并分析其中的道理。

(1) 服装创意设计专指那些原创性高的艺术化表演性服装设计。

(2) 服装创意设计更加关注流行趋势，由此体现出服装的创意和创新。

(3) “讲故事式”和“体验式设计”的方式通常被认为是服装创意设计的基本表现方式，给所设计的服装注入活力。

3. 服装创意设计的发展经历了怎样的历程？其代表性服装设计师有哪些？

4. 查阅有关服饰创意的图文信息资料，体会服装创意设计的魅力及不同的类型特征。

第二章 服装创意设计基础理论

【教学目标】

通过本章的学习，提高学生对服装创意设计的思想认识水平和基础理论水平；使学生明白如何将基本设计原理与规律结合服装创意设计的特点进行创新应用；了解服装创意设计基本元素的提取与运用的方法；能够鉴别服装创意设计作品的优劣，把握服装创意设计的度，为后面知识的学习打下良好的思想认识基础。

【教学要求】

(1) 了解服装创意设计基础理论所涉及的各方面知识、内容。

(2) 正确地认识服装创意设计方法论所涉及的关键问题。

(3) 理论联系实际进行主动深入的分析与思考。

【知识要点】

(1) 服装创意设计对基本设计原理与规律的创新应用。

(2) 服装创意设计的基本手法。

(3) 服装创意设计基本元素的提取与运用。

如前所述，服装创意设计属于服装设计这一大的范畴之中，设计包含了创意的部分内容。之所以将它专门抽取出来进行研究和表述，是因为创意经济时代来临，创意成为生产力中最具活力的要素，代表着时代前行的方向，对其加以重点的强调是时代的要求，是在当今及未来世界时尚舞台上扮演什么样角色，在国际服装市场的竞争中能否掌握主动权、话语权，以及能否取胜的关键问题；是应该重点研究探索，并付之于百倍努力的事情。

然而服装创意设计虽然表现出的是打破常规、挑战传统、标新立异的特征，但实际上所遵循的基本原理和规律与服装设计是一致的，只是它所面对和解决的问题有所侧重，主要针对服装的创意思维、创意理念、创意方法、创意效果等。当然，遵循同样的设计基本原理，而在服装创意设计特殊应用中也会出现不一样的效果，其中充满了对传统与经典款式风格的挑战，对传统的服饰审美意识与观念的颠覆。

一、基本设计原理与规律的创新应用

1. 服装设计的基本原理与规律通用于服装创意设计

服装设计所遵循的是“比例”、“平衡”、“韵律”、“强调”、“和谐统一”这“五项基本原理”；而“五个W，一个H”即“Who to wear(何人穿)?”、“Where to wear(何地穿)?”、“When to wear(何时穿)?”、“What to wear(穿什么)?”、“Why to wear(为何穿)?”、“How to wear(怎样穿)?”则是从事服装设计的前提和基本规律。这些在以往的服装设计学教材中都有比较详细的阐述，这里对此则不展开一般性的表述，而是结合服装创意设计的特点进行分析与探讨。

以上服装设计的基本原理与规律通用于服装创意设计，可以从以下几个方面来认识。

首先，服装创意设计是为人服务的，这就决定了它的终极目标是要满足人对服装的物质层面和精神层面上的审美及实用的需求。这与服装设计基本原理与规律的指向并行不悖——研究人，研究人本质的服饰审美规律和审美心理。

其次，既然是服装设计的基本原理与规律，那就是一种普遍的，适应面广、适应性强的带有真理性质的设计理论，事实上，它不仅是服装设计的基本理论，而且是所有艺术设计门类所共同享有的，染织艺术设计如此，包装装潢、环境设计等也是如此。

另外，在应用服装设计的基本原理和规律进行服装创意设计时，一般遵循的是总体原则，把握的是大的整体效果，往往在具体表现形式上会以新颖独到，甚至于是挑战传统、



颠覆经典的方式进行。图2-1所示是被称为“时装鬼才”的已故著名时装设计师麦克奎恩1994年春夏推出的创意设计服装——超低腰且臀后开衩的裤子。作品以大胆和前卫的形式颠覆了传统的着装观念，但同时又是服装设计基本原理应用的典范：上下开衩口的呼应，对称平衡的效果，渐变节奏的韵律……

2. 服装创意设计对服装设计基本原理与规律的创新应用

1) 比例原理的创新应用

服装设计基本原理讲求适度的、美的比例，古希腊著名的学者毕达哥拉斯提出的“黄金分割率”被美学试验所证实，公认为是经典美的比例，并被广泛地应用在各类艺术设计之中。在服装创意设计中，这种让人具有稳定感的，令人赏心悦目的黄金分割比例，也多有应用，但应用前提是不能因其经典美的象征因素而影响所营造的服装整体创意效果。通常设计师会积极地利用其经典美的尺度来平衡颇具创意风格的个性化要素的组合，使创意设计既富于艺术的感染力，又能被消费者所认同。图2-2所示是Dior品牌2009年秋冬季推出的具有阿拉伯风格的创意时装，设计师将马裤与灯笼裤的款式造型特点相融合，选用闪光柔滑的白色绸缎面料，使裤子上布满了悬垂流荡的褶裥线条，十分独特；上身则选用了厚实的毛皮材料和粗绳带编饰的肌理，不仅上衣两种材质具有对比效果，而且与下裤的丝绸面料产生强烈的对比反差。经典的“黄金分割

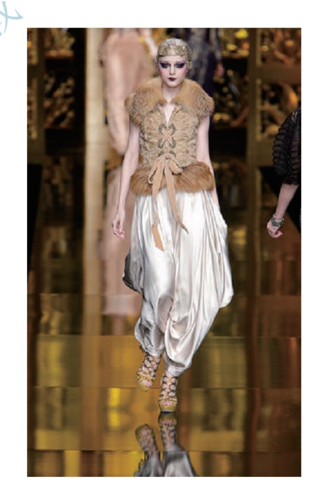


图2-1
图2-2

图2-1　麦克奎恩1994年春夏推出的创意设计服装——超低腰且臀后开衩的裤子

图2-2　Dior推出的阿拉伯风格的创意服装，很好地运用了“黄金分割率”

率”在此的应用恰到好处，完美地将对比的材质和款式造型要素结合为一个整体，表现出具有东方神韵的服饰创意。由此可见，经典美的比例在创意服装设计中的使用，更多地偏重于协调对比要素，和谐整体效果的作用。此外，需要强调的是：对黄金分割率的应用不能是机械的，而应是一种灵活的审美感受。此款服装的创意设计，若实际按1∶1.618对上下装进行比量的话，裤子所占的比例要多一些，但设计师将材质的分量感纳入整体服装的视觉感受之中，应该说这是更加真实的黄金分割。

比例的形式是无限的，所反映出的感觉也是各不相同的。很难抽象地说哪种比例好或是不好，关键是要将其纳入到具体的创意设计之中进行考量，也就是说，适度的比例多种多样，不能用死板的标准来限制。能够称之为适度的比例，一定是能够与创意服装设计的风格相匹配的比例。由于创意服装设计的艺术性、前卫性和原创性的特征，因此往往会摈弃“黄金分割率”，而更多地追求“悬殊比例”、“混杂比例”等带有力度感的比例效果。但总体上要视其服装设计的创意程度，选择适度比例的表现形式。图2-3所示是引导当今时尚前卫的女皇Lady Gaga身着的一套具有“悬殊比例”的演出服，夸张肩部宽厚效果的夹克衫，穿于泳装式紧身内衣之外，只露出很小的耻骨处的三角部分，强烈的服装尺度上的对比视觉效果连同夸张的款式造型等要素，塑造出了率性、刺激、性感的时尚前卫明星的形象。图2-4所示是Kenzo品牌2011春夏推出的创意时装。上下、内外服装参差不齐、重叠交错的多层次表现，模糊了服装彼此间的尺度关系，也混淆了各种款式细节，包括面料间的尺度关系，这种“混杂比例”的应用使整体服装产生了丰富的视觉效果，随性、休闲、不羁。

值得探讨的是那些建立在对传统经典服装比例破坏的服装创意设计，比如，近年来流行的宽大低裆的裤子，如图2-5所示；以及在年轻群体中流行的那种低袋位的裤子，如图2-6所示，其超低裤裆和超低袋位的比例彻底颠覆了传统的尺度概念。这样的例子还有很多，不仅发生在街头时装、休闲服装中，而且也出现在礼服创意设计上。图2-7就是一个很好的案例，设计师大胆地将礼服的半截短裙提升至乳房之上，裙摆的位置只到臀围线，如此的比例关系颠覆了传统的高腰长裙，以及短裙与身体比例关系的经典尺度。如何理解这一类创意设计？用传统的比例原理已很难对此作出解释，这也是服装设计教学中常碰到的棘手问题。还是从服装设计基本原理的人性需求指向这个基本原则来寻求答案，即喜新厌旧，这是人类天生的习性，人们需要经典美的同时，也需要对经典的超越。另外，人类的审美情趣也在随着时代和生活环境的变迁而发生着变化，20世纪50年代的年轻人，穿着“布拉基”，梳着两根长辫子，拉着手风琴，唱着“莫斯科郊外的晚上”作为时尚浪漫的形象备受尊崇；而今的年轻人用电吉他和着拉普，伴着摇滚，一身“嘻哈”风格的打扮，







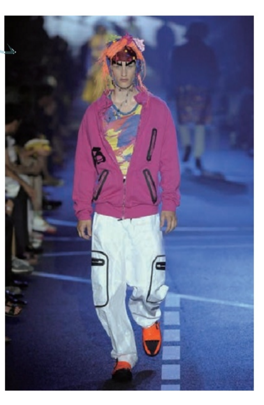


图2–3	图2–4
图2–5	图2–6

图2–3　Lady Gaga身着的具有“悬殊比例”的演出服

图2–4　Kenzo 品牌2011年春夏推出的“混杂比例”创意时装

图2–5　近来流行的宽大低裆的裤子

图2–6　服装低袋位款式细节的流行

非常时髦。由此不难看出：新的服饰形象是破旧立新的产物，超低裆的裤子、超低位的口袋及创新的短裙与身体的比例关系等，正是对传统经典比例的挑战，是创意服饰形象的重要组成部分。

2) 平衡原理的创新应用

平衡具有“对称平衡”和“非对称平衡”或称为“均衡”两种基本形式。相比之下，前者具有平稳、沉着、规矩之感，而后者则表现出动态，富于变化的特性。创意服装设计比较多地追求“均衡”的表现方式，这样更容易达到变化、个性化、自由化、新鲜感的视觉效果，与创意设计总体表现出的风格相应，如图2-8所示。这是一个以环境保护为主题的服装创意设计，通过对印有大幅自然景物的飘柔面料的不对称处理，非常生动自然地表达了一种向往自由、和谐的意境。

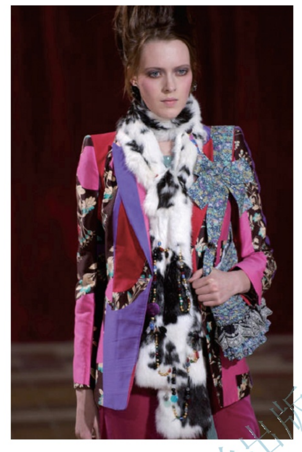


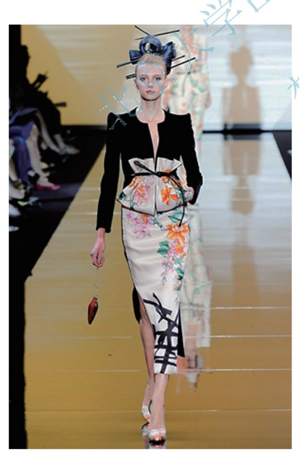


图2-7 | 图2-8

图2-7 颠覆传统裙与身体比例关系的礼服

图2-8 创意服装设计中对均衡原理的应用，表达了生态环保的理念





创意服装设计对平衡中“对称平衡”原理的应用与前面所提到的“黄金分割率”的应用方式相似，是创意服装设计必不可缺的，但在具体的应用中，设计师会更注重发挥其协调创意诸要素的作用，使服装的创意设计能够更容易被消费者所接受。图2-9所示是法国著名时装设计师拉克鲁瓦(Christian Lacroix)2004年至2005年秋冬季发布的高级成衣。整个服装采用了十分跳跃的色彩、图纹和具有对比感的几种材料的组合，而在款式设计上则采用了对称平衡的方式，从一定程度上协调了诸多的个性化对比的元素，使服装整体上达到了一种动态平衡的效果。

当然，究竟采用怎样的平衡方式，关键还是要看创意服装所要营造的意境，是由所设计的服装风格所决定的。图2-10所示是Giorgio Armani Prive 2011年秋冬高级定制时装发布的作品，很明显，设计灵感来源于日本传统的服饰。设计师运用对称的方式进行服装的造型款式设计，以此表现日本传统服装的静态美。绝妙的是：对称的款式造型中隐孕着略微不对称的图案元素，给整体服装的静态美加入了灵动的成分，达到更加完美表达日本传统服饰审美特征的理想效果。

图2-9 采用对称的款式来协调服装色彩、材质、图纹的强烈对比，达到动态平衡的效果

图2-10 对称的款式及稍有不对称的纹样，理想地表现了日本服饰风格的美

3) 韵律原理的创新应用

正如韵律是音乐灵魂的表达方式那样，它也是服装设计的灵魂表达。“重复”是产生节奏和韵律的基础，对于服装设计来说，各种设计要素以不同方式在服装上的重复出现就会造成人的视觉运动轨迹，从而形成韵律感。韵律具有多种多样的性格特征，作用于人的视觉心理，会引起人们各种情感和风格的体验。因此，创意服装设计师们也更喜欢在创新运用韵律原理上下工夫，不仅简单地追求在服装表面形式上设计要素的重复效果，而是更努力地追求其内在的，带有想象空间的，能够拨动人们心弦的创意韵律设计效果。这样的作品往往会给人以生动的感受，留下深刻的印象。图2-11(a)和图2-11(b)，它们都出于英国著名的服装设计师维威安·韦斯特吾德(Vivienne Westwood)之手，是她2011年至2012年秋冬推出的具有截然不同韵律感的创意设计作品。如图2-11(a)所示，设计师采用自然流畅、曲直相间、极富韵律感的桃红色长线条，以服装特有的精细的滚边形式勾勒出上衣的领形和衣边，在口袋处有短线条的重复使用，又跨越裤子的长度空间，以小块面的袜子形式将桃红色带到脚部，上下呼应。在这里，优美的“自由重复韵律”是整套服装作品的创意亮点。如图2-11(b)所示，设计师采用鲜艳的对比色羽毛状短线条并置的手法，让无数个均匀混杂的规则性重复赋予上身的披肩以铿锵有力的节奏感，不仅如此，披肩的圆形结构造型，使附着之上的彩色羽毛状短线还呈现出放射性韵律，几种带有力量感的韵律的结合营造了一种强烈的“迪斯科”音乐律动而奔放的韵律。同样，韵律的创意设计是该作品展示其魅力的焦点。





图2-11(a) | 图2-11(b)

图2-11 Vivienne Westwood 2011年至2012年秋冬伦敦女装新品发布上推出的极富韵律感的服装

产生韵律的重复分为“有规则的重复韵律”和“无规律的自由重复韵律”两种类型。前者相对比较硬、板，力量和节奏感强；后者则表现出比较活泼、柔和、富于动感和变化的特征。这两种类型的韵律各自又有曲线和直线之分。总体在各自特征的基础上，曲线会显得柔和些，直线的力度感更强一些。这些都是客观存在的规律与原理，创意服装设计在应用这些韵律原理时，除了前面所论述的以韵律本身作为服装创意焦点的类型以外，更多的是创造性地根据创意服装所要表达的意境和风格，灵活应用各种韵律特点，而且往往不是单一的，而是几种类型的韵律综合应用。图2-12所示是D&G2011年至2012年秋冬发布的创意服装设计作品。黑与白通过服装和服饰配件大块面和小块面呼应性的搭配，通过英文字母的规律性和自由性排列组合，恰到好处地将上下里外服装融合成为了一个整体。其间，规律性的排列与自由式排列，两种韵律相互间的差异和变化，产生疏密、动静对比的效果，而使具有相同字母要素的上下装巧妙地区分开来。从这个创意服装作品中还可以观察到：对不同类型韵律的合理的创造性综合运用，有助于形成整体服装的秩序感，韵律在不经意间发挥引导视觉观赏的重要作用。此创意服装的秩序感转化为视觉观赏的次序是：内上衣(强烈的规律性字母重复排列韵律使然)；鞋袜(鞋子穿带所生成的直线性重复规律对上衣类似韵律的呼应)；裤子(从裤脚口向裤腰规律性逐渐放大字母自由排列组合的双重韵律)；外套(大面积黑色协调整各部位并与字母的颜色呼应)；配件(墨镜、项链、腰带)。



图2-12　D&G2011年至2012年秋冬女装作品，强烈的律动感给人留下深刻的印象

4) 强调原理的创新应用

关于强调原理有3个核心点：第一点，产生强调效果的关键在于“对比”，没有对

比，也就无所谓强调。第二点，产生强调效果的对比应该是“悬殊性”的对比，如果服装的各个部位都处于对比的状态，也就无所谓强调。一般情况下，整套服装的强调部位仅为1或2个，若是两个，那么应该以一个为主，另一个为辅，彼此呼应，又具有次序感。第三点，对比强调的部位应该是整体服装的重点部位，大多位于人体的主要结构处，如颈部、胸部、肩部、腰部、臀部、背椎部、手臂腿脚关节部等，其中以上身的结构处更为主要。

对比的范围很广，对于服装设计来说，主要是指服饰材质的对比、色彩的对比、形的对比、平面与立体表现的对比、繁复与简洁的对比等。由于大多被强调的部位都是服装的精华之所在，因此也就自然成为服装设计的重点，创意服装设计也是如此。如图2-13所示，设计师的创意设计构思与表现方式同样简洁明了，所着力强调的领子部位正是设计师创意设计的重点。通过斜向的带有弧形的裁剪，使面料自然立体卷曲，其底边呈灵活生动的几经回转卷曲的线条，与平展的、简洁的衣身形成鲜明的对比。同时，悬殊比例的形式进一步加强了对创意设计重点部位强调的效果。

运用对比的原理来塑造强调部位，这与一般的设计手法是一样的，所不同的是：创意性服装设计在造型上、材质上、色彩上、特色上、细节上等多采用打破普通的、常用的方式，如：选用新奇的非服用材质与主体面料进行对比(图2-14)；独特别致的表现效果(图2-15)；意想不到的细节(图2-16)；不一般的强调部位(图2-17)；十分夸张的造型(图2-18、图2-19)；等等，使所营造的对比效果更为突出，更具有戏剧感。具体分析一下图2-15：该作品也是Vivienne Westwood 2011年至2012年秋冬伦敦女装新品发布上展示的作品，与常规的领带作为整套服装中的强调部位和所起的点缀作用没有什么两样，但它却造成了强烈的视觉刺激，远远超出了领带装饰点缀所具有的强调感。这正反映出创意服装设计的创新特征，设计师不仅遵循了“强调原理”，而且通过对点缀细节的创意设计，将强调推向了极致。这里，传统式样的领带被进行了超出常规的扭曲且多个叠折的处理，颠覆了人们对领带的固有的形象和概念认识，化普通为神奇。从事创意服装设计，设计师要能够很好地根据创意服装的风格把握重点部位对比强调的程度。如图2-13所示，作品的风格清新、单纯、柔和，因此，设计师只用了单一的平面与立体对比手法对重点部位进行强调；而事实上，在许多情况下，对比强调的手法不是单一使用的，如图2-14所示，里面运用了色彩、材质等多种对比要素。因此，我们还必须善于综合使用多种对比强调手段达到所追求的各种理想效果。



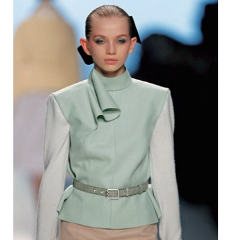






图2-13 | 图2-14 | 图2-15

图2-13　利用立体与平面、对称与不对称、灵动与平板及悬殊比例的手法对领胸部进行强调性的创意设计

图2-14　设计师大胆地采用非服用材料——可口可乐罐装饰头部，造成的不仅仅是材质间的对比，还有材料创新使用带给人的震颤

图2-15　遵循“强调原理”，颠覆传统表现形式的服装创意设计作品

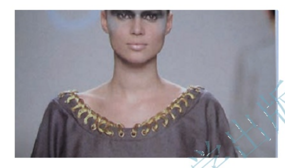




图2-16　创意细节，与整体服装及材质形成悬殊对比，突出地强调了领口——重点要表现的部位

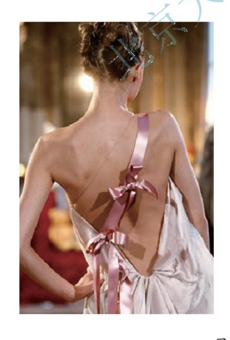






图2-17 | 图2-18 | 图2-19

图2-17　嘎里阿诺的创意服装设计作品，将服装强调的重点放在了背部

图2-18　极其夸张的衣袖造型，强调了服装的肩部造型

图2-19　设计师采用极其锐利的块状组合与平简圆润的服装对比，强调了创意重点——头部

5) 和谐统一原理的创新应用



图2-20 统一中富有变化的创意设计

"和谐统一"有两大类基本表现形式：一类是"相似性和谐统一"，由于相似性，故具有温和、平稳的特点；另一类是"对比性和谐统一"，相对来说，这种和谐统一带有较多的对比活跃的性质，具有动态感，此种和谐统一是基于人的视觉心理需求而形成的，在此不进行展开论述。"统一中求变化"、"变化中求统一"这是处理两种和谐统一效果时所要把握的原则。

服装创意设计同样遵循"和谐统一"原理进行，根据创意服装风格而选取相应的和谐统一类型。不过在许多情况下，服装创意设计对此原理的应用更体现为复杂关系要素的介入和巧妙地处理，以及"极致感"的表现，更具有创意性和视觉震撼的效果。如图2-20所示是相似性和谐统一的创意服装设计案例，设计师选择了相同材质，相似色彩的面料，统一的垂荡休闲式款式造型风格，许多相同和相似的要素已经从大的感官上营造出了整体和谐统一的效果。精彩之处在于：设计师通过精心创意的多层次错落搭配设计，将对比变化的要素带入其中，让原本平淡无奇的和谐统一活跃了起来。不仅如此，3层服装交叠的形式分别从衣裙、胸领和腋下侧体处以不同的比例显露出来，彼此之间产生呼应的韵律感，动静相融。正是创造性地运用和谐统一原理，为该款服装注入了生命力。

图2-21所示是美国著名服装设计大师卡尔文·克莱恩(Calvin Klein)2011年至2012年秋冬在纽约高级成衣流行发布会上推出的具有"极简主义"风格的创意服装作品。整个作品的款式只取了一个非常简单的基本矩形，大面积的白色上镶饰了很小的一块灰色(同样处于无彩色系列)，形成了一点点弱的对比，配以细窄的领子，使整套服装精致、干练。设

计师将“相似性和谐统一”原理演绎到极致的程度。前面列举的图2-13也具有同样的极致和谐美的效果。

图2-22所示是嘎里阿诺2011年春夏推出的创意女装作品，很明显，这是“对比性和谐统一”的案例。在服装设计“三要素”中，色彩的对比要比面料和形的对比更具视觉冲击力。设计师采用的正是最具对比力度感的色彩对比。橙与蓝这组纯艳的对比色被分别作为上衣和裤子的色彩搭配在一起，比较刺激。设计师巧妙地选用了两个面料上共有的印花图案，其中暖白色为共有色；而蓝色面料中有少量橙色的介入，使对比的双方建立了很有趣的连带关系；在此基础上，将极具透明感的黑色纱衣套在橙色上衣之外，前襟处自然敞开，既从一定程度上削弱了两色的对比程度，又增加了整套服装的层次感，给人以充满视觉张力的感觉，同时又不失和谐统一的效果。





图2-21 | 图2-22

图2-21　Calvin Klein 2011年至2012年秋冬纽约高级成衣流行发布

图2-22　John Galliano 2011春夏女装，对比统一的创意服装设计

6) 对"五个W和一个H"原则的创新应用

(1)"Who to wear(何人穿)?"针对特定服装消费群体，针对特定的设计对象而展开服装的创意设计，这一点没有什么可说的，这是设计之本，是必须遵循的。然而，当今的创意服装设计更讲求摆脱常规的、程序化的对服装消费群体的认识，和对他们需求的理解，而是要更加人性化地研究、体会和挖掘消费对象实际存在的和潜在的需求，尤其是针对某个具体对象的个性化形象创意设计更是如此。这就是后面要论述到的当代服装创意设计所提倡的"体验式设计"、"情感化设计"等，总体被归结为"人性化设计"。据报道：日本高档孕妇装品牌Canlemon赢得了相当出色的市场销售业绩，主设计师关根慎在谈及设计体会时说，关键是及时掌握和研究孕妇的各种需求。为了做到这一点，他经常往医院妇产科跑，将获得的一手信息转化为神奇的设计。例如：他及时地发现了当今的准妈妈们即便在生理上的特殊时刻也要和时尚"零时差"的心理需求，由此他明确了自己所做的就是让她们延续美丽，随后，他将创意设计的重点放在了孕妇装的背部，完全按照普通女装版型来做。所创新推出的产品不仅赢得了准妈妈们的青睐，而且吸引了不少身体发福的胖太太们。此外，他还有到妇产科医院"蹲点"的经历，发掘出延长孕妇装寿命的一系列创意设计灵感：他把孕期前后的整体需求融入了设计中，一件看似普通的宽松式滑雪衫，拉开门襟拉链可以再拼接一块婴儿连帽斗篷，成了一件专为新妈妈准备的"袋鼠装"，可以把孩子暖和地贴身抱在怀中或背在背上；将哺乳用的开口藏在春装的层叠花边里面，把爱的情感和实用功能的诉求融入孕妇装的创意设计之中，使生活变得妙趣横生。可见，创意服装设计在对为何人设计的问题上，给予极大的关注，是创意设计的重要灵感之源。



图2-23　当代创意服装设计所具有的人性化设计特征



图2-24(a)、图2-24(b)所示分别是为当今顶红的超级性感时尚歌星Lady Gaga 设计的演出服。一个是以模仿生牛肉片的方式，将一块块“带有血腥味的牛肉片”披挂在了身上；另一个则是将两挺机枪筒装置在胸罩之上，采取了极端的、不可思议的、前所未有的创新手法来表现，远远超过了20世纪80年代初，戈蒂埃为当时性感歌星麦当娜设计的“蛋筒胸衣”的演出服，看上去令人咋舌。但在惊叹之后的回味中，却又使人体会到其创意设计定位的准确性和创意表现的恰当性。因为设计对象瞄准的是当代超级前卫、时尚、性感的代言人——Lady Gaga，她演唱的歌曲风格、舞台表演风格及个人形象风格与“牛肉片披挂装”所表现出来的原始的、粗放的、性感的、不羁的味道高度吻合；她舞台上表演的感染力，性感的魅力，绝不亚于机枪对人扫射的命中率和产生的巨大威力。可以想象，如果图2-24(a)中的“牛肉片”材料换为普通的面料，那将是如同嚼蜡，索然无味；如果图2-24(b)中的两个机枪枪筒的形式不用，仍采用麦当娜用过的“冰激凌蛋筒”的尖锥的形式，虽然仍具有性感和刺激性，但失去了创新与更进，那将是令人失望的。所以，创意服装设计在应用设计基础理论时，十分注重将创意的理念融入之中。



(a)



(b)

图2-24　针对当代的性感时尚明星Lady Gaga 而创意设计的超前卫时尚风格的演出服

(2)“Where to wear(何地穿)?”图2-24(a)、图2-24(b) 同样说明了何地穿的问题。这两款创意服装不仅仅只是因为准确地对位了穿着者，而且同时也定位于演出场合穿的服装，才获得成功的效果。如此离奇古怪的服装在舞台上是能够被人们认可的，没有这么刺激，恐怕还不能过瘾。但若不是出现在表演舞台上，即使是相同的穿着者Lady Gaga穿，也不能够被人们所接受、所称道，哪怕是那些前卫时尚的年轻人。毫无疑问“何地穿”这个服装设计的基本原则是非常重要的，创意服装设计必须遵守。但在具体应用时，可能会在大的原则的基础上，冲破常规，追求个性化的表现方式。例如：空姐这个职务，决定了在空中飞行的工作场合及所从事的服务内容。其职业服似乎在人们的心目中已树立了概念性、规范性的样式，但仍需要对其的创意设计。图2-25所示，是韩国空姐的职业服，是一个成功的创意服装设计的案例。在遵循了穿着场合设计原则的基础上，设计师保持了经典的空姐夏日制服的基本款型，稍加小的结构变化，而将创意设计的焦点瞄准了色彩和装饰细节：精心地挑选了具有清雅、端庄、沉着感的中明度蓝色和白色色组，该色组既是空中蓝天白云的象征，又能抽象地代表韩国妇女的性格品味。同时，设计师又将这两个色彩在职业装的上、下、里、外进行倒置、介入等搭配处理，形成了有趣而富于变化的搭配组合服装系列。尤为生动的是硬纱立体长尾侧结，以及极具朝鲜族特色的弯曲交叉头饰细节的创意设计，充分展示出了韩国空姐所特有的气质风韵，很有味道。值得注意的是：所有这些能打动人的创意设计都是围绕着空姐这一职业，这一工作场合的大的框架要求下进行的。





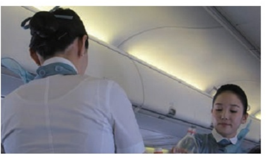






图2-25　韩国空姐的职业服是一个成功的创意服装设计的案例，在遵循了穿着场合设计原则的基础上，通过色彩和细节的创意设计，充分展示出了韩国空姐所特有的气质风韵







(a)



(b)

图2-26　具有多种场合穿着适应性的创意服装设计

此外，服装创意设计在对“何地穿”设计原则的创新应用时还表现为对场合的创新理解与表现上。前面列举的是职业装创新设计的例子，这类服装对场合的指向性很强，而对于非职业服类型的创意设计，其场合性的把握又有什么特点呢？随着时代的变迁，人们对场合与着装的对应性关系要求发生了一定的变化，甚至于是较大的变化。由此带来了两者间对应关系界限的模糊。变化本身就反映出新的观念、新的生活态度与方式以及新的审美趋向的形成，例如：近多少年来，我们越来越多地看到穿吊带裙、夹脚拖鞋式样装束的女性出现在酒店的餐厅和聚会的场合，牛仔装也登上了大雅之堂。服饰与场合的对应表现关系发生了很大的变化。而这也正是创意服装设计所要瞄准的重要地带。直接针对场合空间的放松度、服装与场合间对应界限的模糊度展开创意设计，容易造成突破点，并产生新意。还是如前面对创意服装所作的评论那样，它注重寻找在某一大的设计原则框架下创意表现的极致点。针对场合与服装对应关系模糊区域进行创意设计就是在挑战传统，开创新的服饰形象。近年来，流行新的带有环保意识的着装理念，对那些只能在很少的场合下才能服用的服装产生质疑，提倡一装多场合穿用。所设计的服装具有随服用场合变化而变化的功能，只要稍加搭配组合就能适合在另一个场合环境中服用。这成为了服装创意设计的一个重点，相当多的服装品牌都以系列可自由配搭组合的服装形式推出应季新品，受到消费者的青睐。如图2-26(a)、

图2-26(b)所示，两套服装都定位于白领女性，都采用了将正规的服装要素与休闲的要素相融合的手法，扩展了服装的穿着范围。前者里面的连衣裙设计得简约大方，细节精彩，可以单独作为小礼服穿着出席鸡尾酒会类型的礼仪场合；外衣的面料保持了精纺羊毛(绒)的高品质特点，但款型设计则比较宽松，并且将兜帽的元素加入进去，两件服装搭配组合后，既给人有雅致、正规的感觉，又具有柔和、亲切的性质，适合办公室工作和出入一般较为正规的场合；后者则是独具匠心地运用圆润的肩部及口袋造型，特别是高腰节装饰带扣细节的设计弱化了正统的西服套装硬挺的廓形和常规的结构，当然，精致的软皮材料的搭配使用也对整体着装起了一定的休闲化的作用。整套服装干练、得体，又不失时尚感与休闲意味，可在多种白领女性工作与生活场合下穿着。

总之，服装创意设计要充分考虑“何地穿”设计原则，善于根据不同的场合营造不同的服装表达意境，在此基础上深入挖掘场合对应于穿着者内心的关系；探索场合与着装间的新的表达形式，在寻找创意细节和挖掘个性化上有所突破。

(3)“When to wear(何时穿)?”“何时穿”与“何地穿”之间有着十分密切的联系，有时甚至于是指向统一的概念或内容，很难将其分开，比如“婚礼服”、“晚礼服”、“旅游服”、“运动服”、“工作服”等，这些都是既有“何时”的指向，又有“何地”的指向，两者完全融合在了一起。如此连体的一致性，导致了对服装创意设计要求与影响的一致性。与此同时，它们同样随着时代的变化，人们观念的变化而改变着与服饰穿着相对应的关系，作用于服装的创意设计。这些内容在前面已进行了分析，这里就不再重复论述。当然“何时穿”概念本身也存在着与“何地穿”无大关联的特殊指向，例如：反映人生成长不同时间段着装的内容——儿童装、少女装、淑女装、成熟性女装等；反映季节变化着装的内容——春、夏、秋、冬季服装等；以及反应时尚流行与否的内容——前卫服装、时装、过时服装等。这里主要针对这些来谈论。

对于反映人生不同阶段的“何时穿”内容，实质上归根到底还是一个“何人穿”的问题，只是年龄在这里是划分归属穿着对象的主要依据，因此，服装创意设计的侧重点自然偏向于对不同年龄穿着者外观特征、心理特征、生活方式的研究。“洛丽塔”服饰风貌的兴起与广泛流行就是一个很好的例子：它是服装设计师对当代年轻女孩子表达情感需要的方式以及内心审美的需求在服饰装扮上的极好演绎，用黑色、白色、粉红色、蝴蝶结、蕾丝、朵花装饰、迷你裙、刘海、性感内衣、成熟妆容等，创造出了既清纯可爱，又成熟花哨的美丽鲜活的形象。图2-27所示是日系Peachy Girl 2011年推出的带有洛丽塔(Lolita)

风格的婚纱礼服，该品牌对于这个系列产品的广告词是这样写的："彩色婚纱系列装扮出像蜜桃一样甜美可人的洛丽塔风格新娘。对于年轻的准新娘们来说，跳出婚纱一定要端庄大气的刻板印象，选择风格更加可爱的婚纱礼服，给自己一个童话故事般的婚礼，又何尝不是一次美好的回忆呢？"从中可以看出：该系列婚礼服设计的创意焦点是瞄准了新娘年龄层面女孩子们追求崭新的衣着态度，和寻求有别一般的生活方式的心理倾向。这是针对年龄内容"何时穿"创意设计的核心要点。



图2-27　洛丽塔(Lolita)风格的婚礼服

季节是进行服装设计、生产与销售周期性运行规律的依据，其重要性不言而喻。根据季节的变化规律进行设计，这个原则不容置疑，是进行服装创意设计的前提条件之一。季节的冷暖对服装的类型和款式造型有一定的规定性，例如：在冬季，需要穿厚实面料的防寒服，其衣领应该是封闭式，袖子要长一些，最好用交叠的门襟式样，袖口采用"克福"的形式或系带的形式防风保暖，而夏季则相反。这些是长期形成的习惯和规矩。对于服装创意设计来说，顺应季节变化的要求是一定的，但约定俗成的东西恰恰又是进行创意突破的地方，"反季设计"是创意设计时常采用的方法。图2-28所示是Dior品牌推出的2010年秋冬女装，给人耳目一新的感觉。仔细观察就会发现，整个系列服装打动人的新颖之处主要在于单品女外套与反季面料飘逸薄透的纱裙组合。设计师的创意设计是在顺应与突破季节规律之间进行，在保暖的大的背景之下实现反季服装外观的创意设计。这也从某种角度说明了创意服装设计的特点——遵循基本设计原则，又对在此原则下生成的传统规律发动进攻，创新突破。

"何时穿"中时尚流行程度的概念和内容在服装创意设计中表现得尤为突出。创造新的服饰流行，这是创意服装设计所肩负的基本任务。正如本书第一章对服装创意设计主要表现方式与特点论述的那样，它主要有"颠覆型"、"推陈出新型"及"功能创新型"三



图2—28　Dior品牌推出的2010年秋冬女装，将单品女外套与飘逸薄透的纱裙组合，给人耳目一新的感觉

大类。在表达时尚流行程度“何时穿”概念时，颠覆性服装创意设计具有引领世界时装潮流的作用，属于创新的突变；它产生的基础是更为普遍存在的推陈出新创意设计渐变的积累，推动着时装潮流的发展。

如果说图2-27所示的“洛丽塔风格的婚礼服”挑战了传统格调的新娘装，那么将其与图2-29作比较的话，则可谓是“小巫见大巫”，只能算作婚礼服的推陈出新。这是一个题为“僵尸新娘装”的创意设计作品，出自有“解构主义反时尚教母”之称的日本设计师川久保玲之手，2005年推出。玩偶式无血色的妆容，解构的部件与面料随意式地披挂组合，无架构、不对称的造型等，彻底颠覆了传统婚纱礼服所塑造的纯洁、美丽、庄重的新娘形象，给人以一种神秘、诡异、灵动、消沉，甚至于恐怖的感觉，由此引起人们的哗然和热议。被称之为时装界“坏孩子”的亚历山大·马克奎恩也在前后推出了印有骷髅头纹样的围巾、衣衫和箱包，如图2-30所示。如此意味的设计却在随后的哥特式风格的流行中得到了延续和光大，如图2-31所示。可以说具有颠覆性的超前卫的原创设计并不是设计师挖空心思，凭空想象的结果，“僵尸新娘装”、“骷髅服饰”的出现也不是空穴来风，而是源自设计大师们对当代青年人生活态度和渴望的敏锐的挖掘和诠释。普遍存在于当代年轻人的一种倾向是对政治的极端冷漠，很多人被一种毫无快乐和成就感的生活所主宰，寻求禁忌的爱和彻底的痛苦带来的美感。











图2—29	图2—30
图2—31	

图2—29　2005年由日本著名设计师川久保玲推出的具有颠覆性的创意设计，题为“僵尸新娘装”

图2—30　亚历山大　马克奎恩推出的“骷髅围巾”和“骷髅戒指把手箱包”

图2—31　哥特风格在现代年轻人的装扮中流行

通过以上实例的分析，可以清楚地看到针对“何时穿”服饰流行概念的创意设计有着程度上的差异，但是，创新、创造流行是本质性的特征。

(4) “What to wear(穿什么)?”穿什么的创意空间比较大，设计师所面对的因素也比较复杂，既牵扯到“何人穿”的问题，又关系到“何时穿”与“何地穿”的问题，关键是对所设计对象的认识，对消费者内心需求的把握。相对于特定的时间和特定的场合，穿什么也有特定约定俗成的讲究。设计师在对待“穿什么”的问题上，除了遵循大的设计原则选择不同的服饰类别进行创意设计之外，还表现为对传统“穿什么”潜在规律合理的创意性设计和突破，这样的创意有可能带来意想不到的新颖奇特的魅力。图2-32所示为著名

的电影明星戴安·基顿(Diane Keaton)身着一身男子的正式礼服出席第76届奥斯卡金像奖颁奖仪式，成为媒体和众人关注的焦点。虽然挑战了传统女明星们穿着华丽的晚礼服长裙的规矩，但此创意在给予人们视觉震撼的同时，更是一种让人对这位影星气质、才貌的品位。戴安·基顿究竟是怎样的一位影星呢？有网友评论道：“骨灰级戏骨，风情可爱的老女人”，“知识就是力量，知识就是美丽”……正是针对这样特定的穿着者，这样特定的时间与场合，正是针对“穿什么”所作的创意设计，获得了让穿着者更显风姿绰约，内涵深厚，个性十足，脱颖而出的成功效果。



图2−32　戴安·基顿(Diane Keaton)一身男装亮相奥斯卡颁奖礼

(5)“Why to wear(为何穿)?”“为何穿”涉及的是服装创意设计的目的。明确的目的性是服装创意设计的重要前提条件。对服饰穿着心理的探讨是创意服装设计确立目的性的基本依据，是在“为何穿”问题上重点要解决的问题。这个问题仍然与以上所提及的各方面设计原则密切相关，但它更侧重于对人的内心世界的体验与展示，更具有情结感和故事性，更具有目的性的表达。与其他设计原则要素相比，更趋于深刻层次的挖掘，是服装创意设计研究的重点，也最能发挥服装创意设计的特征优势。不能孤立地考虑穿着对象、何时、何地等的问题，必须是综合的、立体化全方位的考虑。图2-33所展示的是2009年俄罗斯总统梅德韦杰夫与总理普京在一家咖啡厅里关注俄罗斯与阿根廷足球友谊赛的场面。这样的场面是精心策划和安排的，谁都能体会到在这轻松消遣的气氛中所充盈的政治色彩和目的。服饰形象设计师牢牢把握住了创意设计的目的——通过两位俄罗斯举足轻重人物的穿着，展示俄罗斯前任总统与现任总统之间相处的和谐及亲密友好的关系，把这个重要的信息传递给俄罗斯民众及全世界。综合各方面的因素，包括特殊人物的定位、场合的选择、内容的选择、穿什么的选择、穿着方式的选择等，进行服装创意设计，达到“为何穿”的目的。应该说创意设计是成功的：前总统普京一身休闲的装扮，夹克衫敞开露出里面亮蓝灰色的衬衫，衬衫的领子设计很考究，精致的贴边处理，将外套色彩带入其中，里外呼应，风雅而富于变化；敞开衬衫领口及外套夹克的穿着方式，给人以轻松舒适的感觉；配以牛仔裤、运动鞋，所塑造出的普京的形象精神而充满活力，成



图2-33　俄罗斯总统梅德韦杰夫与总理普京在一家咖啡厅里关注俄罗斯与阿根廷的足球友谊赛的场面。形象设计师很好地通过服饰的“语言”表达出了“为何穿”创意设计的目的

熟而富有魅力。现任总统梅德韦杰夫一身深藏青的带有海军风格的套装，既沉稳又活泼，其白色的海军大翻领尤为以人注目，显示其年轻而富有朝气，圆领套头衫增添了亲和力。总体来看，两位总统着装都是休闲风格，特别是在色彩的运用上达到了和谐呼应的视觉效果，很好地营造了轻松、融洽的气氛；而两者的着装在和谐呼应中又各具特色，很好地体现了彼此诙谐、风趣、各具特色的个性。这是一个典型的针对“为何穿”而进行的服装创意设计案例，值得借鉴。

(6)“How to wear(怎样穿)?”怎样穿涉及服装的穿着方式和搭配组合的问题。归根结底反映的是人的着装理念的问题。创意服装设计在处理这个问题时，重在创新，或者是推出全新的着装方式，或是在已形成典型的穿着方式的基础上，在某一要素或某些要素上进行创新，总之是要创新，引导大众的穿着方式和搭配情趣。当然，创意思路和创新表现源自于着装者不断变化着的服饰审美情趣和个性化倾向。时装设计师要回答好“如何穿”的问题，就必须努力将存在于人们内心的、潜移默化的个性化追求和新颖别致着装方式的需求通过创意服饰设计语言表达出来。图2-34所示是Paul Smith 2011年~2012年秋冬伦敦女装新品发布会作品，将创意定位在当今都市白领女性正统与非正统相融合的穿着方式上。仍然是遵循何人穿、何时穿、何地穿的原则，并寻求在穿着方式上的新的突破。现代白领女性工作紧张，工作环境严肃，承担的工作压力很大，渴望轻松减压的内在需求很突出。作为职业女性，一方面，她们要严格遵循职业操守和规矩，包括约定俗成的着装规范；另一方面，她们又从内心希望能摆脱长期所形成的规矩，减压和个性化的释放，深陷矛盾的状态。保罗·斯密斯(Paul Smith)品牌的设计师充分察觉到当今白领女性的内在诉求，特别在“怎样穿”上下工夫进行创意设计，用混搭、多层次和松垮不整的“街头时尚”的着装方式(松扯的领带、低腰的束扎、卷起的裤脚等)将传统职业女性的衬衫、领带、外套、背心、合体筒裤串联在一起，呈现出带有革命性的着装方式的改观。而这种改观还是建立在保持白领女性服装类型、品质、基本色彩基础上的，因此

着装方式的创新虽很大，但仍然具有象征白领女性的标志性。如图2-34(b)所示，由于将牛仔裤介入整体的装束，故改观要更大些，不过，就当今服饰穿着观念来看，也还是属于能够被接纳的范围。从此创意设计的案例中，我们可以清楚地看到“推陈出新”创意设计的特点和魅力。

图2-35所示另一例在穿着方式上进行创意服装设计的作品。与上一例相比，它比较单纯、轻松，侧重于对穿着方式在功能形态上的创新，基本上不涉及对传统规矩、观念的突破上。它属于服装创意设计主要表现方式与特点的第三大类——“功能创新型”。设计师的创意集中在“一装多功能变化”的设计上，鲜艳的绿色面料被创意设计成图2-35(a)所示的环状的装饰性围巾和图2-35(b)所示的短型外套，穿着者可根据具体的环境、时间、场合、心情等来更换穿着方式，得到别致、新颖、不同的迷人效果。不仅如此，由于一装多用，可以适合多种情景下穿着，与绿色环保理念相吻合，故在成衣市场上受到大众的特别欢迎。显而易见，“怎样穿”这个命题为服装创意设计提供了发挥其特色的精彩的空间。



(a) (b) (c)

图2-34 Paul Smith2011年至2012年秋冬伦敦女装新品发布，将创意定位在当今都市白领女性正统与非正统相融合的穿着方式上







图2-35(a) | 图2-35(b)

图2-35　在穿着方式上进行创意服装设计的作品

3. 小结

(1) 服装设计的基本原理与规律通用于服装创意设计，但对于服装创意设计来说，它遵循的只是大的设计原理与规律。

(2) 服装创意设计本质特征是创新和突破。在大的设计原理与规律的基础框架下，那些既定的、约定俗成的规则和固有的关系模式，往往会是服装创意设计寻求创意灵感所瞄准之处。

(3) 服装设计的创意程度取决于所设计服装的类型和性质。它分为“颠覆型”、“推陈出新型”及“功能创新型”三大类。

(4) 服装创意设计对设计原理和规律的创新应用，更多地表现为综合性、灵活性、独特性。

二、服装创意设计的基本手法

1. “解构”的创意手法

服装创意设计所采用的一个基本手法就是打破传统的、老的，甚至于经典的模式，“解构”，正是打破这种模式的一个有效的方式。所谓“解构”，即是将原本存在的形式肢解为零碎的个体部件，这些被肢解的部件就作为独立的设计元素而存在，成为服装设计师创意设计的基本素材。由于这些被肢解的部件还带有原形的某些特征，因此，它们在设计师手下并不是一个简单的形式要素，而是带有象征意义和内涵的、有生命的东西。

对于服装的解构设计来说，非常常见的是对服装的解构。当然，这里所提到的“解构”并不是说对原始服饰的任意分割，而是从服装的结构角度进行，一般都比较好地保留了原服装部件的完整特征，如口袋、衣领、袖子、门襟、衩口等。当然只要按照服装的结构来肢解，可以得到从大部件到小部件，再到细节的解构。解构的方法可以使设计师得到更多的设计素材，而且是具有一定含义或象征意义的素材，在重新组合时，这些解构的部件会给观赏者带来一种意想不到的喜悦和创新的趣味。同时，部件中所蕴含的象征意义也会作用于人的视觉心理，使人产生联想或某些情绪的体验。如图2-36所示，分别可以清楚地观察到双排扣西服和翻毛领皮革外套被肢解后保留领子和前胸，成为带有鲜明认知感的部件，这个部件被设计师们分别作为崭新的核心设计元素与其他服装和部件结合，生成创新的服饰外观。其中图2-36(a)所示的设计采取了“减上加下”的手法，将解构得到的西服胸领部件直接在臀围线处与短裙相拼合，拼合的方式及呈现出的款型与工装裙(裤)同构，因此，所造成的视觉反差比较大。非正规、休闲的感觉占了上风，而解构的西服部件所带有的原本的正规性的信息，以及精纺毛料的使用，又使新款服装具有高级的性质。图2-36(b)所示的设计则采取了“偷梁换柱”的手法，将解构得到的前胸襟领子的部件与斗篷式缺襟大衣相结合。由于对换的两个部件在风格上及在位置上比较接近，故创意的效果反差不是那么大，但在长短、材质上形成对比，充满了灵动变化的趣味。





图2-36(a) | 图2-36(b)

图2-36 采用解构手法创意设计的服装



图2-37所示为服装解构主义大师川久保玲的学生、日本设计师渡边淳弥(Junya Watanabe)的解构创意设计作品。看得出，被肢解成大大小小的部件带有明显军猎装的痕迹，这些部件元素或是以拼合，或是以贴补，或是以垂挂等方式被设计师按新的形式和休闲女装的结构进行了新的创意组合，呈现在人们眼前的则是变化丰富、生动活泼、厚实而充满沧桑感的服饰，而部件元素本身所带有的军猎装的意味，仍然在作品中清晰可感，这正是解构创意手法的独到之处，创新效果的表现在似与不似之间。



图2—37　日本设计师推出的解构重组的创意设计的服装

解构创意服装设计并不局限于对服装本身的肢解，解构实际上是一种创新设计的方法，在构成设计理论中就有“打散构成”之说，也就通过解构或打散的方式，冲破原有事物的固定组合模式，这包括约定俗成的服装款式结构、色彩搭配、面料组合、固有的图案花纹的形式等。图2-38所示就是一款典型的服装固定面料搭配形式的解构创意设计案例：设计师大胆地将长型大衣的毛皮与厚实面料的常规组合解构分离，而把毛皮领及镶边与透明的薄纱混搭成一体，看上去还保持了大衣的款式，但在面料的组合上却是颠覆性的突破。



图2—38　法国著名时装设计师戈蒂埃(Jean Paul Gaultier)解构混搭创意设计作品

2.“混搭设计”的创意手法

“黄+蓝=绿”这是一个色彩规律性混合原理的公式。由于黄色和蓝色分别是两个原色，当它们融合在一起的时候，就生成了一个新的色彩——绿色，在这个新的色彩中既有黄色的成分，又有蓝色的成分，但它既非黄色也非蓝色，而是一个崭新的间色。因此人们借用这个色彩混合原理公式作为创新设计公式加以总结与应用：将黄色和蓝色分别代表着两个独立存在的事物，对彼此不同的事物进行混合搭配处理，形成新的事物，创造新的视觉形象。这就是后现代主义时装设计常使用的一个基本的创新手法——“混搭设计”。此手法从古至今一直在用，但真正被提炼总结为创造公式，并加以有意识地追求运用，则是上个世纪中后期的事，不仅在服装领域，而且遍及整个时尚领域，混搭创新设计成为了时尚热宠。混搭设计手法的应用，使时装作品更容易出现破旧立新、新颖独特的效果，具有不确定性、综合性和融通性，统一中孕育着丰富的变化；但同时，混搭也容易出现混杂、刺激、不协调的感觉。混搭设计的关键在于对服饰整体风格的把握。

不同设计元素的混搭，看似随意自由，但事实上并非如此，需要设计师的智慧和功力。主要体现在：①对混搭设计元素的选择，要使其具有外在形式或内在含义上的彼此同构联系；②按前文所表述的服装设计的基本原理和规律进行。无论多少元素的组合，只要彼此间有联系，形成秩序感，就能够很好地把控混搭的整体效果。图2-39所示是嘎里阿诺的混搭创意设计作品，设计师精心选择了美国星条旗的色彩和纹样的元素、牛仔的元素、嬉皮的元素、街头时尚的元素、性感的元素等，将这些众多的设计元素组合在一起，上上下下、里里外外地分布在服装上，看上去琳琅满目，很有视觉冲击力，但它们在混搭的过程中形成了一个风格鲜明的整体。图2-40所示是追求混搭不同针织肌理效果的创新设计作



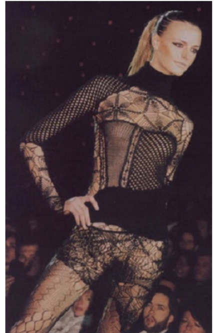


图2-39 | 图2-40

图2-39　采用混搭设计手法创作的服装作品

图2-40　追求混搭不同针织肌理效果创新设计的作品



品，作者在混搭的设计中强化了节奏韵律的布局，加上对均衡感的把握，达到了别具一格的变化统一效果。图2-41所示是一张街拍的照片，看得出，混搭的创新设计手法已深入人心，并在个性化的着装打扮的实践中，得以很好的应用。这些案例再次说明：对各种设计元素关联性的把握，以及服装设计基本原理在混搭中的运用是十分重要的。

混搭设计的创意手法与解构设计的创意手法有着十分密切的关系，往往混搭的设计元素都带有鲜明的解构特点，从上一小节列举的图例中都能观察到“解构”与“混搭”两者之间的关联性。这里，再解读一个出自法国著名时装设计师戈蒂埃之手的精彩的解构与混搭作品，如图2-42所示，这个作品给观者第一印象的是里面穿着的旗袍式连衣裙前面拼合的带有缎面光泽棕红色的造型，这个造型来自于设计师对西式礼服的胸腹体部的解构，具有西式礼服塑造女性人体的典型特征。令人称绝的是：设计师将这个西式礼服的特征部件巧妙地嫁接到中式旗袍风味的服装之上，使作品不仅富有形式美感，而且在中西服饰元素的混搭融合中，产生内在意蕴，作品的创意由此而得到了升华。



图2-41 混搭已成为追求时尚前卫青年人常用的手法

图2-42 法国著名时装设计师戈蒂埃(Jean Paul Gaultier)另一个解构混搭作品

3. “讲故事”的创意手法

美国著名的流行趋势专家马特·马图斯(Matt Mattus)在他的著作《设计趋势之上》中指出：“当故事性、娱乐性成为商品的终极需要后，设计师仅仅画出美观的设计图已经远远不够，唯有认真地‘讲一个故事’，让最终使用者感动到无以复加，这样的设计才算成功。”这里所提到的正是本节所要重点表述的内容。

创意是服装设计的灵魂，而讲故事则是让服装创意设计施展无限魅力的有效表现方式。通常，此种创意手法是紧紧围绕创意设计主题进行的，将设计渲染成一个动人的故事，向人们娓娓道来，这里出现的色彩、面料、款式造型等，不再是单一孤立的，不再只是单纯的服装，而是各要素彼此紧密整合，多层次立体化，能够引发人们想象和令人向往的故事意境，以此打动消费者，达到征服消费者的目的。世界著名的时装设计大师卡尔·拉格菲尔德是一位讲故事的超级高手，他执掌香奈儿品牌几十年，不断地随时代变迁为品牌添加新的故事素材，非常成功地延续着这个经典品牌高品位生活的故事，使之成为世界上成功和向往成功女性的梦之天国，如图2-43所示。图2-44所示是阿玛尼的二线玛尼 (Marni) 品牌2011年春夏季“潜水运动”系列女装作品，设计师采用圆形镂空的面料肌理，带有漆皮亮光感的面料，黑灰+缤纷的色彩，简洁的廓形，流线感的线条，现代感的配饰，紧贴腿型的短裤，貌似橡胶材质宽条图案的紧箍头形的帽子等，多方位地打造了充满运动青春活力，时尚前卫的服饰形象，颇具感染力。同时，“潜水运动”的主题也在诱导消费者进入在水底探险那种新奇和魅力的故事性想象里，并着迷于其中。

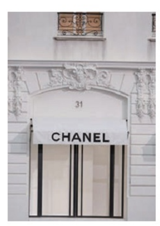






图2-43　香奈儿品牌设计总监卡尔·拉格菲尔德不断地挖掘新的素材，编撰现代女性高品质生活故事画面，延续着对这一经典品牌故事的讲述



图2-44　玛尼(Marni)品牌2011年春夏季“潜水运动”系列女装作品，为消费者勾画了一个充满活力探险运动的故事画面

“讲故事”的创意服装设计手法，除了要全方位地营造好动人的故事意境之外，还要注意的是选择有故事内容的素材，这与前面提到的混搭设计象征性元素选择要点相一致。所谓有故事内容的素材是指：带有典型内在意蕴和象征性含义的东西，比如和平鸽、十字架、吉祥图案等。它们本身所带有的故事性情结和内在指向性含义在服装主题创意设计中发挥着特别的作用，会强化所描绘故事的可读性、情趣性和深刻性。图2-45所示是中国著名高级定制服装品牌“东北虎NE·TIGER”基于对中国传统服饰文化的创新设计作品。设计师别出心裁地截取了中国传统服饰兜肚的颈胸部位，并将其嫁接到具有浓郁传统色彩和图案意味的裙款上。兜肚在中国传统服饰文化之中作为一个具有典型意义的代表占有重要的位置，它集传统服饰理念、审美观、情感、性感、趣味等于一体，蕴含着丰富的寓意。兜肚元素的使用，使这款服装拥有了意味深长的故事感。假若是同样的造型，而无兜肚元素的认知，这款服装则是很普通的，不会有如此视觉心理的震撼。此款创意设计的成功之处还在于将故事感与当代的流



图2-45　具有故事感的服装创意设计作品

行融合在一起，以中国传统服饰元素的创新组合设计演绎了当今内衣外穿，表现性感服饰效果的流行趋势；同时，兜肚的绳带又巧妙地与现代流行的多层次领部造型特点相吻合。

总之，以“讲故事”的创意设计手法向消费者推出的不仅是新的服装款式，更重要的是推出主题系列服装款式所体现出来的生活方式“Life Style”。同样，人们在购买服装时，不仅仅是看服装本身，更是看服饰穿着下的生活状态。这样的服装创意设计就更有感染力、更深刻。

4. 体验式的创意手法

体验式设计表现为：注重顾客的理性需求，并强调其作为一个“人”的感性要求而进行的设计；注重利用体验创造品牌与顾客的情感联系，充分考虑顾客的个体生活方式及其更广泛的社会关系，在诸如感知、感觉、思维、行动等多方面触动顾客的感受，引发顾客对品牌行为上的投入，最终激发顾客对品牌的忠诚；注重考虑顾客的生活与消费情境，将设计紧紧地与顾客的生活方式相连，为顾客带来更体贴、更愉悦的感受。与过去不同的是商品、服务对消费者来说是外在的，但是体验是内在的，存在于个人心中，是个人在形体、情绪、知识上共同参与的所得，来自个人的心境与事件的互动。这是人性化设计的具体体现。体验式设计的指向非常明确：直接指向消费者，指向消费者对产品的主、客观感受及由此而引发出来的各种需求。而“体验”是一种以亲身经历为特征的方式，设计师通过此种方式不仅能够直接获得来自消费者的各种真切的需求，而且还能够体验到存在于消费者内心潜在的需求倾向，创造需要，从而有针对性、有感觉、有把握地进行设计。体验式设计作为人性化设计的重要方式被当代服装设计师采用，世界著名运动品牌NIKE公司的设计师马克·帕克尔(Mark Parker)在接受媒体采访时被问：“当你设计时，心里是怎样想的？”他的回答是：“运动员和他们的需求，我们听取他们的意见，研究他们，并聚焦于解决他们所遇到的问题，这些正是我们能够继续拓展新的思维方式，鼓燃着我们创造力的根源。”图2-46(a)所示是爱迪达品牌推出的极具迷人梦幻气息的运动休闲鞋款，设计师充分体验到了现代青少年的动漫情结与追求时尚、“炫”、“酷”、彰显个性的内在需求，将运动鞋左右脚外侧穿带部位设计成天使的翅膀，配以炫亮的迷彩，深受青少年的喜爱。图2-46(b)所示表现的是一个防止牛仔裤拉链脱滑的细节设计，可以说设计师是在切身体验到穿着者需求的基础上而进行的精心设计，突出地体现了人性化设计的观念。图2-47所示是编者拍下来的一张有趣的照片：记录了一位大学生由于冷天骑自行车，将毛衣袖拉长护手保暖，同时又由于双手撑顶毛衣袖口来握住自行车手把，而经反复拽拉磨损后，两个大

拇指硬生生地将毛衣袖磨出了洞眼，自然形成了照片上所表现的半截露指手套式的服饰。这无疑是一个很好的服饰创意设计灵感。时隔3年多的近日，编者在小商品商店中真的就发现了此种设计的长臂手套。莫非设计者身边也有一个如图2-4所示这样的真实画面，但消费者的这种内在需求是存在的，应该说设计师通过对穿着者这种需求倾向的发掘与体验，设计出了此种袖管手套，如图2-48所示。



(a)



(b)

图2-46　以人为本的“体验式”服饰设计作品



图2-47　生活中自然出现的服饰现象



图2-48　体验到消费者需求的服饰创意设计

5. 情感化的创意手法

情感化设计是指以人性化的理念从事产品设计，努力将人的情感要素植入到设计之中，使设计作品与人之间具有很好的亲和力，并形成稳固的情感纽带，在满足人们对产品普通实用性需求的基础上，又满足了情感上的深层次需求，使用户产生正面的，甚至于负面的情感体验，从而作用于人们的价值判断和消费行为。将情感化设计应用于具体的服装设计就是这里所说的情感化服装设计。人类在当代社会背景下的生活与工作处于情感严重缺失的状态，需要情感化的补充；人类置身于商品与信息的汪洋大海之中，需要借助情感的判断抉择事物，体现自我；人类承载着强大的生活与工作压力，需要情感方面的慰藉和释放。综合所有这一切，便形成了当代人们对情感的强烈呼唤，对人性化的强烈呼唤。所以，在20世纪末21世纪初，提出了“高科技需要高情感的补充；高智商需要高情商的平衡”的口号，“全面注重美观和情感因素的设计潮流”由此应运而生。图2-49所示是三宅一生(Issey Miyake)2004年至2005年秋冬推出的“太空主题”时装，一改人们对太空冷漠、无生命的感受，用温润的粉红、粉蓝等色彩营造出富于温馨浪漫情怀的气氛，使太空服装也变得柔和、亲近，富有人情味。



图2-49　三宅一生推出的具有浓重情感化色彩的“太空主题”时装



情感化特征在现代服装设计中的表现其形式丰富多彩，进行归纳可以概括出：①令人高兴的情感化表现；②令人舒适的情感化表现；③令人怀旧的情感化表现；④能够唤起体验复杂感受的情感化表现；⑤用情感化设计与服务建立起与顾客亲密的情感上的联系，唤起他们对服饰品牌的好感、信任、记忆和持久的向往。图2-50所示是D&G推的2011年至2012年秋冬女装，富有欢快的情感化意味；图2-51所示是Kenzo 发布的2011年带有自然怀旧情愫的春夏女装；图2-52所示服装设计的焦点集中体现在高腰部位玫瑰色随褶皱的聚放渐变推晕的效果上，此种效果作用于人的视觉心理产生一种浪漫幻想的感受，富于作品以情感化魅力；图2-53所示是安娜·苏带有民族乡村情怀的创意设计作品；图2-54所示是设计师源于对情感化设计灵感的挖掘，而设计出来的别出心裁的父子手套，作品所表现出来的浓浓的情感，着实打动人心；图2-55所示是设计师以激发人们对童年的记忆为设计线索，深入到人的情感层面进行创意表现。金色的童年，淡淡的甜蜜回味将服装作品和穿着者紧密地联系在一起；图2-56所示是川久保玲与插图画家合作的服装创意设计。作品借用具有象征含义的手套元素，模仿人们在表达虔诚、仰慕、珍重、保护等情感时的特殊姿态，以唤起观者的情感体验，产生感动。由此，可以看到情感化服装设计与体验式服装设计有着相似之处，它体现为对人的情感化方面的体验。情感化服装设计所包含的内容相当广泛，自然的、民族化的、艺术化的、抽象风格的等，在这里就不一一列举了。





图2-50 | 图2-51 | 图2-52

图2-50　富有欢快情感化意味的女装

图2-51　带有自然怀旧情怀的春夏女装

图2-52　具有浪漫幻想的情感化设计作品









图2-53	图2-54
图2-55	图2-56

图2-53 安娜·苏带有民族乡村情怀的创意设计作品

图2-54 别出心裁的父子手套的情感化设计

图2-55 唤起童年回忆的情感化服装

图2-56 挖掘并表现人的虔诚、仰慕情感的服装创意设计

三、服装创意设计基本元素的提取与运用

前面介绍的“解构”与“混搭”的服装创意设计方法，表现出的主要内容就是对服装创意设计基本元素的提取与使用，即将原本与服装创意设计主题相关事物，包括服饰所具有的完整、固定的结构形式进行分解，之后再将其解构出的要素经选择，进行重新组合搭配，产生出崭新的服装面貌。重组所选择的元素可能是比较单纯、类型比较一致的；也可



能是比较复杂，多种类型，甚至于有一定对比感的，出来的效果各不相同，关键是如何把握服装创意设计的总体风格。

1. 提取服装创意设计基本元素要把握的要点

1) 关联性

“关联性”是提取服装创意设计基本元素的关键点，它包括两个方面的内容：首先是与设计主题的关联性，要紧密围绕创意设计主题寻找相关资料，对创意设计的方向和内容有很好的把握；另外一个就是设计元素间的关联性，要注重对此的把握，使创意设计有很好的整体性和鲜明性。

2) 典型性

“典型性”是提取服装创意设计基本元素的另一个关键点，它也包括两个方面的内容，即对相关资料的典型性选择；以及对基本设计元素的典型性提取。它们所涉及的层面由大到小，但道理和目的是相同的，都是要使设计主题更加突出，使作品更具表现力。

3) 表征性

“典型性”与“表征性”有类似之处，一般来说典型性强，表征性也会强，两者并行不悖，但相比较之下，前者更倾向于对事物共性的提取，而后者则更侧重对事物个性的挖掘。在进行创意设计基本元素的提取时，要注重其相对的独立性，包括外观形式上要有较好的识别性和认知性，以及具有较丰富的内涵和象征性。

4) 流行性

这里的“流行性”是指服装创意设计不仅仅只是表现创意主题，还需要与时代审美、时尚流行紧密结合。因此，在提取服装创意设计基本元素时，要给予流行性以一定的考虑，使得创意服装设计作品既具有鲜明的主题特征，同时又具有时代的流行风貌。

案例分析：

图2-57所示是为纪念在“911恐怖袭击事件”下丧生的人们而设计的系列主题创意服装。悲痛、哀悼和反恐是该系列创意服装的主题词。设计师很好地针对主题，从大量关联性素材中提取了具有典型性特征和意义的设计元素——寄予无限哀思的纯白颜色、

少量的黑色、花结、链条、十字架、心形图案、发卡；表现恐怖主义罪行的千疮百孔的破洞；表现流行性特征的透视性设计元素；等等，这些提取的元素保留了原本事物或服饰所具有的象征性含义，或标识作用，或形式特征，或情感性，充分体现了前面所讲的“关联性”、“典型性”、“表征性”、“流行性”，当这些元素完美地组合运用之后，营造出来的是令人震撼的主题气氛。



图2–57 纪念在“911恐怖袭击”下丧生的人们而设计的系列创意服装

2. 运用服装创意设计基本元素要把握的要点

1) 注重对服装创意设计整体风格的把握

把握好服装创意设计整体风格是合理提取并运用设计基本元素的有效方法，此方法比较侧重于对服装创意设计作品内在气韵的强调处理。以作品统一的风格来融合或削弱设计元素组合搭配中在色彩、面料和款式上所产生的过度对比碰撞，使创意服装设计作品主题突出，保持统一中有变化，变化中有统一的效果。这与前面提到的服装设计的和谐统一基本原理相一致，这里不再赘述。

2) 注重对服装创意设计基本元素主次关系及秩序感的把握

把握好服装创意设计基本元素间的主次关系，使之形成一种秩序感，这是化解矛盾，达到理想效果的另一个有效方法。这个方法主要涉及服装设计的色彩、面料和款式三要素的外在形式美的处理。同样与前面表述的服装设计基本原理密切相关，这里也不再展开论述。



案例分析

图2-58所示是一个以“春色荷韵”为主题的创意服装设计作品，其和谐统一的设计风格，清新鲜活的主题表现，以及典型设计元素虚实有致的组合而产生的形式美感给人们留下了深刻的印象。在此服装创意设计作品中，设计师提取的基本元素为表现春季荷叶的淡粉绿色；表现荷花的粉红色；表现荷叶茎秆的条纹；表现荷叶自由翻转的边饰；表现荷叶生长的筋脉纹路；表现荷花风姿韵味的丝绸面料及表现河塘水面感觉纹理效果的薄纱面料；等等。作者将色彩对比最强烈的部分，造型款式最具灵动之感的部分放置在衣裙的摆部，作为重点加以强调，将粉红色与粉绿色总体上下分离布局，再将裙摆的粉红色以线条的形式穿插于粉绿色的阵营，造成彼此呼应的韵律感；不对称的分割处理又增加了作品的动感活力，整个作品和谐有序，“春色荷韵”的主题意境呼之欲出。



图2－58　对所提取的服装创意设计基本元素合理组合运用的典型性案例

思考题与训练

1. 服装设计的基本原理在创意服装设计应用时有何特点?
2. 服装创意设计用一句话说就是“反传统服装设计”，这种说法对吗?
3. 服装设计的基础理论与原则不适于服装创意设计，这种说法对吗?
4. 如何鉴别服装创意设计的好坏?
5. 如何把握服装创意设计的度?
6. 分别寻找出两款你认为成功的和不成功的服装创意设计作品，对此进行评论，阐述理由。
7. 分别采用“解构”的创意手法、“混搭”的创意手法、“讲故事”的创意手法、“体验式”的创意手法、“情感化”的创意手法，结合本季流行服装主题，自确定服装设计的“五个W一个H”，进行服装创意设计训练。